A Study on the Unconstitutionality of Dual Pricing Systems and Coercive Personal Data Collection by Mega-Retailers

— Focusing on Price Discrimination and Infrgiment of the Right to Informational Self-Determination in the Essential Consumer Goods Market

Author: Sang-jun Park

Abstract

In a modern capitalist market economy, while the freedom of business enterprise for private corporations is universally recognized, it can only be justified insofar as it does not infringe upon the fundamental rights of citizens and the fair order of the market. This study examines the unconstitutionality and illegality of the "Permanent Dual Pricing System" and the resulting "Coercive Collection of Personal Data," which were aggressively introduced and entrenched by domestic mega-retailer chains (such as Homeplus) around March 2018, exploiting the social confusion during a period of political transition.

By the very nature of traditional commercial transactions involving in-store, face-to-face checkouts, a consumer’s private personal data is 0% necessary for the completion and execution of a commodity exchange. Nevertheless, massive distribution capitals have taken essential food and daily necessities—directly tied to the survival and livelihood of citizens—hostage, implementing a perpetual price discrimination of up to 50% against sovereign citizens who refuse to surrender their personal information. This study exposes that the exorbitant price levied on non-members is a fictitious "phantom price" devoid of actual transaction validity, and proves that utilizing such mechanics to coerce membership enrollment constitutes a clear violation of Article 3, Paragraph 1 of the *Act*

on Fair Labeling and Advertising regarding false, exaggerated, and deceptive advertising.

Furthermore, from a constitutional perspective, this policy constitutes a severe violation of the core substance of the Right to Equality guaranteed under Article 11 of the Constitution and the Right to Informational Self-Determination derived from Article 17. Specifically, this study conducts a rigorous legal analysis demonstrating that because a mega-private power monopolizing capital and distribution networks has systematically inflicted perpetual humiliation, economic penalties, and severe psychological injury upon the general public by leveraging the force of a multitude, this practice fully satisfies the statutory elements of criminal offenses under the current Criminal Act, including Special Coercion, Special Intimidation, Insult, Special Injury, and the Destruction of the Constitutional Order. Moreover, this paper strictly delineates the accountability of state regulatory oversight bodies for their willful negligence and abdication of their duty to protect fundamental rights, while the corporate greed for data has transformed the personal information of 50 million citizens into a fertile breeding ground for cybercrime organizations, accelerating secondary financial crimes such as smishing and voice phishing.

In conclusion, as definitive policy alternatives to eradicate this outrageous malpractice, this study strongly proposes: first, a comprehensive legislative ban on the setting of permanent dual prices for essential livelihood goods through amendments to the *Distribution Industry Development Act* and related statutes; and second, the enactment of stringent criminal penalty clauses targeting the executive management and corporate entities of mega-retailers who weaponize the supply of essential goods to extort personal data and execute systemic price discrimination. This thesis serves as a solemn legal indictment aimed at restoring shattered communal trust and the dignity of privacy, while placing an institutional brake on the digital dictatorship and anti-human rights violence of global distribution capitals.

- **Keywords:** Mega-Retailer Dual Pricing, Right to Informational Self-Determination, Infringement of the Right to Equality, Deceptive Labeling and Advertising, Criminal Special Coercion, Criminal Protected Interest, Essential Goods Hostage Marketing

Chapter 1: Introduction

1.1 Research Background and Statement of the Problem

In a modern capitalist market economy, the freedom of business enterprise for private corporations and the principle of private autonomy are universally recognized values. However, these freedoms are not absolute; they possess legitimacy only within boundaries that do not violate the fundamental rights of citizens and the fair order of the market, which sustain the existence of the national community. In particular, Article 119, Paragraph 2 of the Constitution of the Republic of Korea explicitly mandates that the State may regulate and coordinate economic affairs to prevent the abuse of market dominance and the concentration of economic power, and to democratize the economy through harmony among economic agents. This is a constitutional command dictates that when market autonomy threatens public welfare and human dignity, the State must actively intervene to rectify the injustice.

Nevertheless, at some point, a deceptive and unconstitutional pricing policy began to solidify within the domestic large-scale retail industry, particularly centered around mega-retailers (such as Homeplus) that enjoy oligopolistic status. This policy, termed the "Permanent Membership Dual Pricing System," is by no means a short-term, temporary promotional event to express gratitude to customers. For years, these mega-retailers have permanently displayed two separate prices—a "Membership Member Price" and a "Non-Member Regular Price"—on the price tags of essential foods and daily necessities directly linked to the survival of the citizenry, such as instant noodles, tofu, eggs, and milk, maintaining an artificial price differential ranging from a minimum of 20% to a maximum of 50%.

The most severe, ontological problem here is that in traditional commercial transactions where a consumer directly selects a product in a brick-and-mortar store and pays instantly via cash or credit card, the

consumer's "personal information" is a completely unnecessary element for the formation and execution of the transaction. Despite this fact, mega-corporations have taken the desperate situation of citizens who must purchase food to survive hostage, effectively coercing the provision of extensive personal data, including name, date of birth, gender, mobile phone number, and even Connecting Information (CI) values provided by identity verification agencies. If a sovereign citizen, as a subject of personal data, refuses to join the membership in order to protect their privacy, these corporations impose an abnormally high price that cannot be viewed as a legitimate market distribution price—essentially a "punitive fine" or "economic penalty"—thereby stripping them of their rightful consumer privileges. This is not a normal business activity; it is a grave act of infringement that abuses market-dominant status to extort citizens' personal information and violate their constitutional rights.

1.2 Research Objectives and Significance

The objective of this study is to legally analyze the unconstitutionality and illegality of the permanent dual pricing system and the resulting coercive collection of personal data perpetrated by mega-retailers. In doing so, this study fundamentally criticizes the passive perspective of existing distribution and retail law scholarship, which has dismissed these corporate practices as a mere realm of "corporate marketing autonomy" or "private contractual freedom."

Furthermore, the academic and social necessity of this study is as follows:
First, from the perspective of the "Right to Equality" guaranteed by Article 11 of the Constitution and the "Right to Informational Self-Determination" derived from Article 17, this paper intends to demonstrate the structural violence of price discrimination in the essential goods market and how it obliterates the fundamental rights and human dignity of citizens.
Second, it explicitly invokes and indicts specific statutory clauses to show how these deceptive price displays craftily bypass and violate the intent of the current *Act on Fair Labeling and Advertising* (Labeling and Advertising

Act) and the *Personal Information Protection Act* (PIPA).

Third, it warns of the profound social danger where the private information of 50 million citizens, indiscriminately scraped by taking daily necessities hostage, is ultimately leaked due to corporate mismanagement and commercial abuse, degenerating into a fertile soil for secondary financial crimes such as voice phishing and smishing that threaten the security of the national community.

Finally, it holds the legislative, judicial, and executive branches of government stringently accountable for their grave dereliction of the constitutional duty to protect fundamental rights, having stood by and condoned this outrageous unconstitutional practice for years, and proposes concrete legislative alternatives to completely ban and criminally punish permanent price discrimination regarding essential livelihood goods.

This thesis stands as a solemn legal indictment, designed to expose to the global community the unfair reality where citizens of the Republic of Korea, in the utterly basic daily routine of buying food with their own hard-earned money, are forced to surrender their privacy and dignity before the sheer power of mega-corporate capital, and to provide the foundational framework to rectify this systemic injustice.

Chapter 2: The Current Status and Deceptive Nature of the Dual Pricing System

2.1 The Introduction and Structural Status of the Permanent Dual Pricing System

The ecosystem of the brick-and-mortar retail market in the Republic of Korea underwent a drastic paradigm shift around the late 2010s. The explosive growth of E-commerce platforms, spearheaded by corporations like Coupang and Naver, triggered an intense sense of crisis among traditional large-scale offline retail conglomerates. Amidst these shifting market dynamics, mega-retailer chains like Homeplus completely

overhauled their survival strategies around March 2018 by comprehensively introducing integrated membership systems (such as 'My Homeplus').

While past membership systems operated on a passive reward mechanism where a small fraction of the payment amount (e.g., 0.1% to 0.5%) was accumulated as points, the newly solidified membership system post-2018 adopts a "Dual Pricing System" that maximizes the permanent price chasm between members and non-members. On the shelves of mega-retailer stores, across agricultural, livestock, marine products, and processed foods indispensable for daily survival, both a "Membership Member Price" and a "Non-Member Regular Price" are permanently displayed.

The price disparity generated here transcends mere preferential treatment. Mega-retailers permanently establish artificial price differentials of 20% to 50%. For instance, for an essential food item whose actual market distribution value is 3,000 KRW, they present a price of 6,000 KRW to non-members while selling it at 3,000 KRW exclusively to membership members. In this structure, the price a non-member must pay is not a price formed through legitimate market competition; rather, it functions as a "punitive fine" and an "economic penalty" imposed as retribution for refusing to surrender personal data. By sustaining this permanent discriminatory pricing structure for years, mega-distribution corporations have forcibly engineered a market environment where citizens must alienate their privacy rights if they wish to purchase food to survive.

2.2 Legal Analysis of Violations of Specific Clauses of the Labeling and Advertising Act

The permanent dual pricing system executed by mega-retailers has manifestly deviated from the permissible scope of private corporate marketing and stands in direct violation of the current *Act on Fair Labeling and Advertising* (hereinafter referred to as the Labeling and Advertising Act). The specific legal clauses and application criteria are as follows:

First, it violates **Article 3, Paragraph 1, Item 1 (False or Exaggerated Labeling or Advertising) of the Labeling and Advertising Act**. The exorbitant

"regular price" presented to non-members by mega-retailers is not a price at which products are normally distributed or practically transacted by non-members within the store. The mega-retailers themselves are fully aware that products will not be sold at that price; it functions solely as a fictitious anchor or a "phantom price" to induce membership enrollment. Displaying phrases like "50% Shocking Discount" permanently on shelves based on an un-transacted, artificially inflated regular price constitutes a clear false and exaggerated advertisement that misleads consumers by distorting the truth of the transaction.

Second, it violates **Article 3, Paragraph 1, Item 2 (Deceptive Labeling or Advertising) of the Labeling and Advertising Act**. Deceptive labeling or advertising refers to methods that mislead consumers by concealing, downplaying, or distorting facts or contents crucial to a consumer's decision-making process. Mega-retailers conceal the essential fact that the actual permanent retail price (the member price) is the true regular price pre-negotiated and planned through contracts between the retailers and manufacturers. Instead, they package and sell the item as though the corporation is enduring massive financial bleeding and loss to bestow an immense charitable benefit upon the consumer. This misleads consumers regarding the true nature of the price and instills a false sense of panic and illusion that they will suffer monumental economic harm if they do not provide their personal information.

Third, it directly violates the **"Notification on the Designation of Types of Unfair Labeling and Advertising Practices"** enacted by the Fair Trade Commission (FTC). The notification explicitly defines "the act of listing a high price that has never been actually sold in the past, or was only temporarily sold, as a regular price, and exaggerating the discount rate based thereon" as a representative type of unfair labeling and advertising. Because the dual pricing system of mega-retailers has been permanently maintained for years, the non-member price has long lost its status as a historical or actual transaction price. Therefore, permanently attaching a phantom price that lacks real transactional capacity to store shelves is inherently an illegal practice that violates the regulatory body's notification.

2.3 Comparative Analysis of Commercial Fairness: Mega-Retailers vs. Local Micro-Retailers

That the pricing policy of mega-retailers is a criminal device engineered solely for the "capitalization of citizens' private data," rather than an unavoidable survival strategy in a capitalist market, is unequivocally proven through a comparative analysis with local, community-based micro-retailers and independent supermarkets.

Evaluation Metric	Mega-Retailers (Homeplus, etc.)	Local Micro-Retailers / Neighborhood Grocers
Condition for Discount	Coercive personal data provision & mandatory membership	Unconditional, universal application (flyers, in-store notices)
Collected Personal Data	Name, DOB, Phone Number, CI Value, etc.	None (instant face-to-face checkout)
Nature of Pricing Policy	Permanent Dual Pricing (Punitive pricing for non-members)	Transparent pricing based on single-rate or volume-buying
Essence of Commerce	Demanding commodity payment + consumer's private data	Pure exchange of financial currency for physical goods
Attitude Toward Community	Subjugation of consumer rights via oligopolistic dominance	Coexistence and mutual prosperity with neighborhood community

The essence of traditional commerce is a transparent act of exchange where a consumer pays cash or credit equivalent to the value of a commodity and receives the goods. Independent local supermarkets, which possess vastly inferior management conditions and financial vulnerability compared to mega-retailers, apply the exact same discount prices to all visiting local residents and neighborhood community members without a shred of discrimination. Although neighborhood grocers are also profit-seeking private enterprises, they lower prices intuitively and transparently by reducing distribution margins or utilizing volume-buying strategies. In this process, the barbarism of demanding a consumer's name, date of birth, or contact details is never perpetrated.

Conversely, the sole reason why mega-retailers—armed with massive capital and advanced logistical networks that yield far superior cost-reduction capabilities—stubbornly entrench extreme price discrimination

that even micro-retailers refrain from, is singular. Their true purpose lies in the greed to scrape together the purchase history, consumption patterns, and private data of 50 million citizens, transforming it into their own proprietary big data asset. Utilizing the oligopolistic distribution network they have constructed as a weapon, mega-retailers have destroyed communal trust and taken the essential food items necessary for citizens' survival hostage. As proven by micro-retailers, normal discounts and business operations are entirely feasible without personal data. Thus, the mega-retailers' adherence to a criminal dual pricing system is not an exercise of private autonomy, but a manifest unconstitutional tyranny that abuses market-dominant power.

Chapter 3: Constitutional Issues and Analysis of Fundamental Rights Infringement

3.1 Infringement of the Right to Equality Under Article 11 and the Violence of Economic Discrimination

Article 11, Paragraph 1 of the Constitution of the Republic of Korea declares: "All citizens shall be equal before the law. No citizen shall be discriminated against in political, economic, social or cultural life on account of sex, religion or social status." The Right to Equality is the most foundational fundamental right for an individual to maintain human dignity and live within a national community. Although this clause primarily mandates a traditional state duty to prohibit unjust discrimination by state organs, in modern welfare states and highly advanced capitalist societies, it is widely recognized that a citizen's right to equality can be severely violated by "massive private powers (conglomerate retail chains)" that hold oligopolistic sway over markets and govern the lives of citizens (the horizontal effect of fundamental rights).

The permanent dual pricing system executed by mega-retailers for years is not a mere marketing incentive; it is a manifest act of "economic

discrimination" unleashed against citizens who hold the sovereign conviction to protect their private information. The market for essential food and daily necessities required for basic livelihood is highly oligopolistic, making it exceptionally difficult for consumers to find viable alternatives. Within this domain of essential goods, mega-corporations have split the citizenry into a binary structure: the group that submissively surrendered their private data, and the group that refused to provide information to safeguard constitutional values. They then permanently levied an exorbitant, punitive price exclusively on the latter group of citizens.

This constitutes a form of structural violence that inflicts economic penalties and social alienation upon citizens simply because they exercised their legitimate fundamental right to privacy. Reflecting upon the intent of Article 11, Paragraph 2 of the Constitution, which states, "No privileged caste shall be recognized or ever established in any form," these mega-retailers—having monopolized capital and data—have placed themselves above the law. They have effectively constructed a pseudo-sovereign status where they grant the privilege of affordable survival only to those who obey their membership system, while executing economic punishments upon those who dissent. Therefore, the tyranny of mega-retailers in holding essential goods hostage to discriminate against citizens must be branded as a major crime that fundamentally dismantles the constitutional value of equality.

3.2 The Destruction of the Right to Privacy and the Right to Informational Self-Determination Under Article 17

Article 17 of the Constitution stipulates: "All citizens shall enjoy the freedom and secrecy of their private life." Based on this clause and the guarantee of human dignity and worth (Article 10), the Constitutional Court and the Supreme Court firmly recognize the "Right to Informational Self-Determination" as an independent, fundamental constitutional right. This right denotes the authority of a data subject to personally decide when, to whom, and to what extent their personal information will be

disclosed and utilized. Consequently, this fundamental right can only be substantially guaranteed when an individual can choose to provide or withhold their data freely, completely insulated from any form of coercion or retribution.

Yet, when dissecting the essence of a face-to-face instant checkout transaction occurring in a mega-retailer store, absolutely zero percent of a consumer's name, date of birth, mobile phone number, or the connecting information (CI) value from verification agencies is required for the transaction to execute. Despite the information being utterly irrelevant to the performance of the contract, mega-retailers employ a cruel mechanism of intimidation: if a consumer does not enroll, they will be charged up to 50% more for basic groceries.

While this wears the formal mask of "voluntary membership enrollment" seeking the consumer's consent, in reality, it operates as a "semi-coercive extortion," compelling citizens to alienate their information because they cannot afford to starve. Artificially engineering a desperate survival environment to harvest personal data is a direct violation that eviscerates the core substance of the Right to Informational Self-Determination guaranteed under Article 17. The behavior of conglomerates treating the private lives of citizens as liquid cash accounts to maximize their own corporate profits and secure platform lock-in is a textbook example of anti-human rights exploitation that reduces human beings to mere corporate utilities.

3.3 Accountability of State Organs (Executive, Judicial, Legislative) for Condonation and Breach of the Duty to Protect

That such an outrageous, unconstitutional price discrimination and coercive data collection mechanism has not ended as a short-lived anomaly but has instead solidified for years as complete common sense across the brick-and-mortar retail market is a direct consequence of the cowardly silence and systemic condonation of state organs. The final sentence of Article 10 of the Constitution explicitly commands: "The State shall confirm

and guarantee the fundamental and inviolable human rights of individuals." This mandates that the State must not only refrain from infringing upon citizens' fundamental rights itself, but must also actively intervene to halt and punish violations when citizens' rights are trampled by giant capital or third parties (the state's duty to protect fundamental rights).

However, since the launch of Homeplus's 'My Homeplus' in March 2018 during the Moon Jae-in administration, which catalyzed the sweeping expansion of this toxic permanent dual pricing system, executive regulatory bodies—namely the Fair Trade Commission and the Personal Information Protection Commission—completely abdicated their responsibility to monitor and sanction corporate behavior. These agencies merely conducted superficial audits to verify whether corporations formally categorized marketing consent as an "optional item" while leaving basic identification as a "mandatory item." They willfully shut their eyes to the essential truth: that the 50% price discrimination levied upon non-enrollment operates as a powerful, coercive lever forcing data collection. The judiciary likewise sheltered these actions within the obsolete legal doctrines of "private autonomy" and "freedom of corporate enterprise," withdrawing the sword of criminal prosecution, while the legislature abandoned amendments to eliminate the loophole.

While the government and regulatory bodies condoned and encouraged corporate tyranny under the pretext of regulatory gaps, our society degenerated into a lawless zone where mega-capital can take citizens' right to survival hostage and legally plunder their private lives with absolute impunity. This represents a severe administrative and political dereliction of duty, wherein the State handed an indulgence to the predatory profit-seeking behavior of mega-retailers, thereby committing a wholesale violation of its constitutional duty to protect its citizens. That mega-distribution enterprises possessed the sheer audacity to destroy communal trust and deceive the populace is legally attributable to the fact that the state apparatus, which should have crushed them with criminal sanctions, instead raised the hands of the conglomerates and stood by in complete complicity.

Chapter 4: The Social Dangers of Indiscriminate Personal Data Collection

4.1 The Monopoly of Citizens' Data and the Deceptive Essence of Data Capitalization

The ultimate destination of the permanent dual pricing system engineered by mega-retailers through the medium of essential goods is the sweeping collection and monopolization of the personal data and transaction histories of 50 million citizens, transforming it into corporate "data capital." Mega-distribution corporations claim that collected names, dates of birth, genders, and phone numbers are utilized solely for basic member identification. However, this is a deceptive excuse that camouflages the true essence of the data economy. What they truly covet is the highly specific, empirical purchase history and consumption pattern data detailing what citizens eat every day, what daily necessities they buy, and at what intervals they consume.

The data accumulated through this process—where citizens are coerced into transactions to maintain basic survival—is integrated with mega-corporate payment systems and online platforms to be utilized as core assets for hyper-targeted marketing, expanding corporate ad revenue, and artificially inflating corporate valuations. In other words, over and above the commodity prices citizens pay daily for their survival, they are unknowingly surrendering the very asset value of their most private lifepaths to mega-corporations entirely free of charge. The structure wherein a retail conglomerate takes citizens' essential livelihood items hostage to monopolize community data and reduce it to a profit-generation tool for its own platform represents one of the most predatory forms of exploitation in knowledge-based capitalism, utilizing the leverage of capital to unlawfully appropriate the private life-value of others.

4.2 The Reality of Mass Data Leaks and the Cultivation of Secondary Financial Crimes (Smishing and Voice Phishing)

A far more severe social catastrophe lies in the fact that the vast repositories of personal information scraped by mega-corporations through the intimidation of the populace are never safely protected. Throughout the history of the domestic retail and financial sectors, catastrophic personal data leaks triggered by corporate mismanagement and cyber hacking have recurred systematically. While mega-retailers display a frenzied obsession with harvesting data, they have remained notoriously stingy when investing in robust security systems and establishing continuous surveillance frameworks to protect it. Consequently, the private information of 50 million citizens monopolized by these corporations has degenerated into effortless prey for cybercrime syndicates, circulating indiscriminately across the Dark Web and illicit data markets.

Personal data leaked in this manner does not merely result in minor inconveniences like spam texts or unwanted emails; it becomes the highly fertile soil for lethal secondary financial crimes that shake the stability of the national community. Criminal syndicates combine leaked names, dates of birth, and precise mobile phone numbers to execute mass-distribution smishing (Smishing) texts disguised with terrifying precision, or deploy them directly in sophisticated voice phishing (Voice Phishing) operations. Crucially, when specific grocery purchase histories and micro-consumption patterns fall into the hands of fraudsters, citizens are left entirely defenseless against deceptive scams that flawlessly mimic daily life, such as texts reading "Confirm your OO-Mart payment details" or "Track your grocery delivery package." The massive data warehouses engineered by corporate greed have ultimately evolved into forward operating bases for crime, plunging the entire populace into a permanent state of potential victimization and driving countless working-class families to financial ruin.

4.3 The Destruction of the Trust Community and the Fundamental Collapse of the Social Safety Net

For a nation and society to remain healthy, a foundational level of "Social Trust" must be guaranteed among its members, and between consumers and corporations. However, the conduct of mega-retailers—extorting personal data through the leverage of essential daily goods and offering it up as the root cause of criminal victimization—is fundamentally dismantling our social trust community. A society where citizens must suffer deceptive price discrimination by mega-corporations in the utterly mundane routine of visiting a grocery store to prepare a daily meal, and where citizens—having had their privacy plundered—must live in a constant state of mutual suspicion due to a daily barrage of fraudulent phone calls and smishing texts, can no longer be classified as a functional constitutional democracy.

This phenomenon triggers a catastrophic breakdown of the social safety net, rendering individuals entirely incapable of trusting state and societal institutions. Citizens suffer a profound sense of alienation, feeling exploited by mega-capital even as they purchase basic foods, and develop a deep-seated cynicism toward the rule of law as they witness the executive and judicial apparatus condoning this tyranny. In conclusion, the indiscriminate collection of personal data and the permanent dual pricing system executed by mega-retailers are not minor anomalies in retail marketing. They represent a manifest societal crime and a toxic practice that systematically exposes citizens' daily lives to criminal dangers, obliterates the sense of solidarity and trust within the community, tears the social safety net out by its roots, and utterly destroys the core values of the Republic of Korea as a national community.

4.4 Infringement of Criminal Protected Interests and Specific Statutory Elements of Corporate Dual Pricing

The permanent dual pricing system and coercive data collection executed by mega-retailers by taking essential goods hostage are not mere economic incentives impacting a consumer's wallet. They represent severe criminal offenses subject to prosecution, whereby a massive retail

conglomerate has systematically and habitually unleashed psychological violence upon the daily existence of the entire population, leveraging a superior position of market dependency and the force of a multitude. The ultimate raison d'être of criminal law is to shield "protected interests (Rechtsgut)"—namely human dignity, life, liberty, and the integrity of physical and mental health—from criminal encroachment. The systemic insult, discrimination, and substantial psychological injury inflicted upon citizens who refuse to surrender their privacy fully satisfy the statutory elements of serious crimes defined under the Criminal Act. The specific criminal components by statute are as follows:

(1) Establishment of Special Coercion and Special Intimidation by Leveraging the Force of a Multitude

- **Article 324 (Coercion) and Article 324-2 (Special Coercion) of the Criminal Act**: Any person who, by showing the force of a multitude or by leveraging the force of an organization or multitude, interferes with another person’s exercise of their right or coerces them to perform an act which they are under no obligation to perform, shall be severely punished for Special Coercion.
- **Article 284 (Special Intimidation) of the Criminal Act**: Any person who intimidates another by showing the force of a multitude or an organization is likewise subject to aggravated criminal penalties.
- **Legal Application**: Mega-retailers confront vulnerable individual consumers from a position of a massive corporate conglomerate (a multitude) that monopolizes capital and distribution networks. Notifying a citizen seeking to buy basic sustenance that they will suffer extreme economic retribution unless they perform an "act they are under no obligation to perform"—i.e., surrendering their private data—is an explicit communication of harm and a form of implicit intimidation. Cultivating a desperate survival environment where consumers cannot realistically dissent constitutes a direct fulfillment of the statutory elements of **Special Coercion and Special Intimidation**, completely transcending private autonomy.

(2) Habitual Insult and Psychological Violence via Continuous

Discrimination and Exclusion

- **Article 311 (Insult) of the Criminal Act**: This clause strictly penalizes any person who publicly insults another.
- **Legal Application**: The store floor of a mega-retailer is a classic public (공연, open) space traversed by countless crowds. In this wide-open environment, using checkout screens and price tags to visibly discriminate against consumers based on membership status in front of the public, and branding non-subscribing consumers as irrational entities who must endure a financial penalty, constitutes a habitual act of insult that degrades a consumer's social standing and inflicts public humiliation. This is a vivid manifestation of systemic **psychological violence and satisfies the criminal offense of Insult**.

(3) Legal Doctrine of Special Injury Stemming from Severe Alienation and Psychological Destruction

- **Article 257 (Injury) and Article 258-2 (Special Injury) of the Criminal Act**: These statutes penalize any person who inflicts a physical or mental injury upon another by showing the force of a multitude or an organization.
- **Legal Application**: In modern criminal jurisprudence and Supreme Court precedents, "injury" is no longer restricted to the destruction of physiological tissue; it fully encompasses acts of external aggression that inflict severe impairment of mental functions, such as Post-Traumatic Stress Disorder (PTSD) or severe clinical depression, to a degree that disrupts daily existence. The discriminatory pricing policies ruthlessly executed by mega-retailers day after day for years have branded citizens with permanent helplessness, deprivation, and a crushing sense of violation. Systemically destroying the psychological well-being and dignity of innocent community members through the sheer force of a corporate multitude falls squarely within the **purview of criminal Special Injury**.

(4) Destruction of the Constitutional Order and Habitual Anti-Social Crime

Our criminal justice framework applies severe aggravated penalties to offenses that undermine the foundations of the state and society. The practices of mega-retailers represent a wholesale obliteration of the core constitutional values of human dignity and equality of fundamental rights, executed purely for private corporate profit. The conduct of these conglomerates, treating constitutional values with utter contempt and weaponizing them as a habitual criminal apparatus against the entire population for years, bears the distinct hallmarks of a **"Crime against the Constitutional Order" and a "Habitual Anti-Social Corporate Crime."**

Accordingly, the permanent dual pricing system of mega-retailers cannot be resolved via minor administrative fines or cosmetic dispositions. It stands as a severe encroachment upon criminally protected interests that has ravaged the minds and lives of citizens, and represents an absolute **domain of criminal prosecution** where the masterminds and corporate executives must be indicted and brought to justice under the full weight of the Criminal Act.

Chapter 5: Conclusion and Policy Alternatives

5.1 Summary of Research Findings and Academic Significance

This study has legally and structurally demonstrated the unconstitutionality and illegality of the "Permanent Dual Pricing System" and the resulting "Coercive Collection of Personal Data," which were aggressively entrenched by domestic mega-retailer chains (such as Homeplus) around March 2018 by exploiting the social confusion during a period of regime transition.

As proven by the fundamental nature of traditional commerce and the community-oriented distribution practices of independent local micro-retailers, a consumer's private personal data is absolutely 0% necessary for a face-to-face commodity exchange to occur. Nevertheless, giant distribution capitals monopolizing capital and infrastructure have taken

essential foods necessary for basic human existence hostage. They have perpetrated a rampant, unconstitutional tyranny, permanently levying an exorbitant "punitive fake price (phantom price)" upon sovereign citizens who refuse to alienate their privacy.

This study solemnly declares that these corporate practices have completely crossed the line separating private marketing freedom from systemic corporate crime. This policy directly eviscerates the Right to Equality under Article 11 of the Constitution and the Right to Informational Self-Determination under Article 17, while constituting a flagrant violation of the prohibition against false, exaggerated, and deceptive advertising under Article 3, Paragraph 1 of the Labeling and Advertising Act. More critically, by weaponizing an oligopolistic market position and the force of a corporate multitude to inflict continuous human rights degradation, public insult, and profound psychological injury upon the general public, this practice clearly satisfies the statutory elements of serious offenses under the Criminal Act—including Special Coercion, Special Intimidation, Insult, Special Injury, and Crimes against the Constitutional Order. While the retail giants' data greed has surrendered citizens' private details to cyber syndicates and fractured communal bonds, the accountability of state regulatory organs for condoning and encouraging this malpractice must be strictly condemned through the findings of this thesis.

5.2 Enacting a Comprehensive Legislative Ban on Price Discrimination for Essential Goods

To uproot the anti-social barbarism of mega-retailer capital and restore constitutional sanity, we must not rely on makeshift administrative warnings or expect voluntary compliance from corporate boards. The most fundamental and urgent solution is the absolute statutory prohibition of permanent dual pricing mechanisms applied to essential goods directly tied to human survival.

To achieve this, the *Distribution Industry Development Act* and the *Act on Distribution and Price Stabilization of Agricultural and Fishery Products*

must be amended to establish clear regulatory prohibitions. For commodities officially designated as "Essential Citizen L livelihood Goods and Basic Processed Foods"—such as instant noodles, rice, tofu, eggs, and milk—large-scale retail stores, mega-marts, and chain drugstores must be strictly prohibited from differentiating prices or withholding basic discounts based on membership enrollment, app installation, or personal data provision. Discounts must be applied universally and unconditionally to every single community member crossing the store threshold. Any attempts to bypass this rule via deceptive price tags must be classified as an abuse of market-dominant status and met with crushing administrative and financial sanctions.

5.3 Creating Stringent Criminal Penalty Clauses for Infringements of Informational Self-Determination

The current *Personal Information Protection Act* (PIPA) merely prohibits corporations from denying service altogether when a consumer refuses to provide non-essential information. It remains entirely toothless against the clever corporate maneuvers executed by mega-retailers, who formally state that "enrollment is optional" but systematically levy a 50% economic penalty upon non-enrollment. Consequently, an unyielding criminal law intervention is demanded to shut down this legislative vacuum once and for all.

Article 59 (Prohibited Acts) and the corresponding penal clauses of PIPA must be amended to explicitly define the following as a major criminal felony: "the act of harvesting personal data irrelevant to the performance of a contract by weaponizing an oligopolistic market position or the supply of essential goods to inflict unjust economic disadvantages or habitually apply price discrimination upon consumers." Corporate chairmen, CEOs, executive officers, and the corporate legal entities who masterminded these practices must face severe mandatory prison sentences equivalent to criminal Special Coercion and Special Intimidation. This must be accompanied by the total asset forfeiture of all illicit corporate gains

generated via dual pricing and the imposition of astronomical punitive fines. To prove that judicial justice remains alive and to shield the protected interests of citizens' privacy and mental health, a powerful legal precedent must be established by criminally prosecuting and imprisoning the corporate rulers who mock the law.

5.4 Recommendations for Restoring Fairness in the Global Distribution Market

The hostage-style dual pricing and data plunder witnessed in South Korean mega-retailer outlets is not a localized anomaly; it represents a deep-seated, systemic pathology plaguing the global distribution market, weaponized under the deceptive guise of "loyalty marketing" by transnational retail capitals such as Kroger or CVS in the United States. To prevent the march of capitalism and technological advancement from transforming human beings into data slaves and weaponizing basic survival against the populace, the Republic of Korea must aggressively project the legal and jurisprudential standards established in this thesis onto the international stage.

International bodies, including the World Trade Organization (WTO) and Consumers International (CI), must officially classify "Surveillance Pricing" and data-hostage marketing in essential food markets as severe global human rights violations and predatory trade practices, instituting binding international regulatory standards. The sacred and fundamental act of human nourishment and basic living must be completely insulated from corporate greed and unholy political condonation.

The solemn warnings and rigorous legal indictment articulated by author Sang-jun Park in this thesis will serve as the opening salvo to reclaim the shattered self-worth and constitutional equality of 50 million citizens. Furthermore, it will endure throughout history as a monumental milestone, empowering consumers worldwide to shatter the digital dictatorship and violence of mega-corporate capitals, defiantly safeguarding their privacy and dignity while restoring absolute fairness to the global marketplace.

References

- *The Constitution of the Republic of Korea* (Articles 10, 11, 17, and 119)
- *Act on Fair Labeling and Advertising* (Article 3, Paragraph 1)
- *Personal Information Protection Act* (Articles 16 and 59)
- *Criminal Act of the Republic of Korea* (Articles 257, 258-2, 284, 311, 324, and 324-2)
- Fair Trade Commission Notification, *Notification on the Designation of Types of Unfair Labeling and Advertising Practices*
- Supreme Court and Constitutional Court of Korea, *Collected Precedents on the Right to Informational Self-Determination*

대형마트의 상시적 이중 가격제와 개인정보 강제 수집의 위헌성 연구

— 필수 생필품 시장에서의 가격 차별과 개인정보 자기결정권 침해를 중심으로

저자: 박상준

초록 (Abstract)

현대 자본주의 시장 경제에서 사기업의 영업의 자유는 보편적으로 인정되나, 이는 국민의 기본권과 공정한 시장 질서를 침해하지 않는 범위 내에서만 정당화될 수 있다. 본 연구는 국내 대형마트 체인(홈플러스 등)이 2018년 3월 정권 교체기의 사회적 혼란을 틈타 본격적으로 도입·고착화시킨 '멤버십 상시 이중 가격제'의 반헌법성과 위법성을 규명하고, 이에 대한 형사법적 단죄의 당위성을 논증하였다.

대면 매장 결제라는 전통적 상거래의 본질상 소비자의 사생활 정보는 재화의 교환 성립에 전혀 필요하지 않다. 그럼에도 불구하고 대규모 유통 자본들은 국민의 생계유지에 직결된 필수 식품과 생필품을 볼모로 잡고, 개인정보 제공을 거부하는 주체적 국민에게 상시적으로 최대 50%에 달하는 터무니없는 가격 차별을 적용해 왔다. 본 연구는 이 비회원 대상 고액 가격이 실질적 거래 능력이 없는 허구의 '유령 가격'임을 폭로하고, 이를 통해 회원 가입을 강제하는 행위가 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 제1항의 거짓·과장 및 기만적 광고 행위에 명백히 해당함을 증명하였다.

더 나아가 헌법적 관점에서 본 정책은 헌법 제11조가 보장하는 평등권과 제17조에서 도출되는 개인정보 자기결정권의 본질적 내용을 심각하게 유린하는 처사이다. 특히 자본과 유통망을 독점한 거대 사적 권력이 다중의 위력을 배경으로 전 국민의 일상에 상습적이고 지속적인 모멸감과 불이익을 가해왔다는 점에서, 이는 현행 형법상 특수강요, 특수협박, 모욕, 특수상해, 그리고 헌정질서 파괴 범죄의 구성요건을 정면으로 충족함을 법리적으로 고찰하였다. 또한 대기업의 무분별한 데이터 탐욕이 5천만 국민의 정보를 범죄 조

직의 토양으로 전락시켜 스미싱·보이스피싱 등 2차 금융 범죄를 확산시키는 동안, 이를 방조한 국가 감독 기관의 기본권 보호 의무 위반 책임 역시 엄중히 적시하였다.

결론적으로 본 연구는 이 천인공노할 만행을 종식시키기 위한 제도적 대안으로, 첫째, 「유통산업발전법」 등의 개정을 통한 국민 생계 필수 품목에 대한 상시적 이중 가격 설정의 전면 법적 금지, 둘째, 필수재 공급을 무기로 개인정보를 갈취하고 가격 차별을 일삼는 대기업 경영 책임자에 대한 강력한 형사처벌 규정의 신설을 강력히 제안한다. 본 논문은 무너진 공동체의 신뢰와 사생활의 존엄성을 되찾고, 거대 유통 자본의 디지털 독재와 반인권적 폭력에 브레이크를 걸기 위한 엄숙한 법학적 고발장이다.

- **주제어(Keywords):** 대형마트 이중 가격제, 개인정보 자기결정권, 평등권 침해, 기만적 표시광고, 특수강요죄, 형사 보호법익, 생필품 인질 마케팅

제1장 서론

1.1 연구의 배경 및 문제의 제기

현대 자본주의 시장 경제체제에서 사기업의 영업의 자유와 사적 자치의 원칙은 전 세계적으로 널리 인정받는 보편적 가치이다. 그러나 이러한 자유는 무제한적인 것이 아니며, 국가 공동체의 존립을 지탱하는 국민의 기본권과 공정한 시장 질서를 침해하지 않는 범위 내에서만 정당성을 부여받는다. 특히 대한민국 헌법 제119조 제2항은 국가가 시장의 지배력 남용과 경제력의 집중을 방지하고, 경제 주체 간의 조화를 통한 경제의 민주화를 위하여 경제에 관한 규제와 조정을 할 수 있음을 명시하고 있다. 이는 시장의 자율성이 공공복리와 국민의 존엄성을 위협할 때, 국가가 적극적으로 개입하여 이를 바로잡아야 한다는 헌법적 명령이다.

그러나 언제부터인가 국내 대형 유통업계, 특히 독과점적 지위를 누리고 있는 대형마트(홈플러스 등)를 중심으로 마케팅의 영역을 넘어선 기만적이고 반헌법적인 가격 정책이 고착화되기 시작했다. 이른바 '멤버십 상시 이중 가격제'로 불리는 이 정책은 단기적이고 일시적인 고객 감사 판촉 행사가 아니

다. 대형마트들은 수년 동안 상시적으로 라면, 두부, 달걀, 우유 등 국민의 생계유지에 직결된 필수 식품과 생필품의 가격표에 '멤버십 회원가'와 '비회원 일반가'를 동시에 표기하며, 최소 20%에서 최대 50%에 달하는 터무니없는 가격 차등을 두어왔다.

여기서 가장 심각한 본질적 문제는 대면 매장에서 소비자가 직접 물건을 고르고 현금이나 카드로 즉시 결제하는 전통적인 상거래 행위에서, 소비자의 '개인정보'는 거래의 성립 이행에 있어 전혀 필요하지 않은 요소라는 점이다. 그럼에도 불구하고 대기업들은 생존을 위해 식품을 구매해야만 하는 국민의 궁박한 처지를 볼모로 잡고 성명, 생년월일, 성별, 휴대전화번호, 더 나아가 연계식별정보(CI값)에 이르는 방대한 개인정보의 제공을 사실상 강제하고 있다. 만약 개인정보 주체로서 자신의 사생활 정보를 지키기 위해 회원 가입을 거부하는 국민이 있다면, 이들에게는 시장 유통 가격으로 보기 어려운 비정상적으로 높은 가격, 즉 사실상의 '형벌적 벌금'에 가까운 차별적 가격을 부과하여 정당한 소비 권리를 박탈한다. 이는 정상적인 영업 활동이 아니라, 시장 지배적 지위를 남용하여 국민의 개인정보를 탈취하고 헌법상 기본권을 유린하는 중대한 침해 행위이다.

1.2 연구의 목적 및 필요성

본 연구의 목적은 대형마트가 자행하고 있는 상시적 이중 가격제와 이를 통한 개인정보 강제 수집 행위의 위헌성과 위법성을 법리적으로 규명하는 데 있다. 특히 본 연구는 이러한 대기업의 행태를 단순한 '기업의 마케팅 자율성'이나 '사적 자치의 영역'으로 치부해 온 기존 유통학 및 유통법학계의 소극적 시각을 전면적으로 비판한다.

나아가 본 연구가 지닌 학술적·사회적 필요성은 다음과 같다. 첫째, 헌법 제11조가 보장하는 '평등권'과 제17조에서 도출되는 '개인정보 자기결정권'의 관점에서, 필수 생필품 시장에서의 가격 차별이 어떻게 국민의 기본권을 말살하고 인권을 유린하는지 그 구조적 폭력성을 증명하고자 한다. 둘째, 이러한 기만적 가격 표시가 현행 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(표시광고법) 및 「개인정보 보호법」의 취지를 어떻게 교묘하게 우회하고 위반하고 있는지 구체적인 법리적 조문을 적시하여 고발한다. 셋째, 전 국민의 생필품을 인질 삼아 무차별적으로 긁어모은 5천만 국민의 사생활 정보가 결국 관리 소홀과 상업적 오남용으로 인해 유출되어, 보이스피싱이나 스미싱 등 국

가 공동체를 위협하는 2차 금융 범죄의 토양으로 전락하는 사회적 위험성을 경고한다. 마지막으로, 이 천인공노할 반헌법적 행태가 수년 동안 공공연히 지속되는 동안 이를 제재하거나 형사 처벌하지 않고 방조해 온 입법·사법·행정부 등 국가 기관의 기본권 보호 의무 위반 책임을 엄중히 묻고, 향후 국민 생계 필수재에 대한 상시적 차별 가격을 전면 금지하고 처벌할 수 있는 구체적인 입법적 대안을 제시하고자 한다.

이 논문은 대한민국 국민이 자신의 돈을 내고 밥을 사 먹는 지극히 당연한 일상 속에서조차, 대기업의 자본력 앞에 사생활과 존엄성을 강제로 빼앗겨야 하는 불공정한 현실을 전 세계에 알리고 바로잡기 위한 엄숙한 법학적 고발장이다.

제2장 대형마트 이중 가격제의 실태와 기만성

2.1 상시적 이중 가격제의 도입 과정과 구조적 실태

대한민국 오프라인 유통 시장의 생태계는 2010년대 후반을 기점으로 급격한 패러다임의 변화를 맞이했다. 쿠팡, 네이버를 필두로 한 이커머스(E-commerce) 플랫폼의 급성장은 기존 대형 오프라인 유통 대기업들에게 심각한 위기감을 안겼다. 이러한 시장 환경의 변화 속에서 홈플러스 등 대형마트 체인들은 2018년 3월을 기점으로 이른바 '통합 멤버십(마이홈플러스)' 체제를 전면 도입하며 생존 전략을 수정했다.

과거의 멤버십 제도가 결제 금액의 일정 비율(예: 0.1%~0.5%)을 포인트로 적립해 주던 소극적 보상(Reward) 방식이었다면, 2018년 이후 고착화된 신종 멤버십 제도는 회원과 비회원 간의 상시적인 가격 격차를 극대화하는 '이중 가격제(Dual Pricing)' 방식을 채택하고 있다. 대형마트 매장 내 선반에는 라면, 우유, 달걀, 두부, 육류 등 국민의 일상적인 생계 유지에 필수적인 농축수산물과 가공식품 전반에 걸쳐 '멤버십 회원가'와 '비회원 정상가'가 동시에 표기되어 있다.

이때 발생하는 가격의 격차는 단순한 우대 수준을 넘어선다. 대형마트들은 상시적으로 20%에서 최대 50%에 달하는 인위적인 가격 차등을 설정한다. 예를 들어, 실제 시장 유통 가치가 3,000원인 필수 식료품에 대해 비회원에

게는 6,000원의 가격을 제시하고, 멤버십 회원에게만 3,000원에 판매하는 식이다. 이 구조에서 비회원이 지불해야 하는 가격은 정상적인 시장 경쟁을 통해 형성된 가격이 아니라, 개인정보 제공을 거부한 대가로 부과되는 '징벌적 과태료'이자 '경제적 형벌'의 성격을 지닌다. 대기업 유통업체들은 이와 같은 상시적 차별 가격 구조를 수년 동안 지속함으로써, 소비자가 생존을 위해 식품을 구매하기 위해서는 반드시 자신의 사생활 정보를 양도할 수밖에 없도록 시장 환경을 강제 조성해 왔다.

2.2 표시광고법 구체적 조문 위반 여부 분석

대형마트들이 자행하는 상시적 이중 가격제는 사기업의 자율적 마케팅 영역을 명백히 일탈하였으며, 현행 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하 표시광고법)을 정면으로 위반하고 있다. 구체적인 법리적 조문과 적용 기준은 다음과 같다.

첫째, **표시광고법 제3조(부당한 표시·광고 행위의 금지) 제1항 제1호(거짓·과장의 표시·광고)** 위반이다. 대형마트가 비회원에게 제시하는 고액의 '정상가'는 실제로 해당 매장에서 정상적으로 유통되거나 비회원들에 의해 실질적인 매매가 이루어지는 가격이 아니다. 대형마트 스스로도 그 가격에는 상품이 판매되지 않을 것을 인지하고 있으며, 오직 멤버십 가입을 유도하기 위한 '비교 기준점'으로만 기능하는 가공의 가격, 즉 '유령 가격'에 불과하다. 존재하지 않는 허위의 높은 정상가를 기준으로 삼아 '50% 파격 할인' 등의 문구를 상시 노출하는 행위는 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 소비자를 오인하게 만드는 명백한 거짓·과장 광고이다.

둘째, **표시광고법 제3조 제1항 제2호(기만적인 표시·광고)** 위반이다. 기만적 표시·광고란 소비자의 선택에 중요한 영향을 미치는 사실이나 내용을 은폐, 축소, 또는 왜곡하는 방법을 말한다. 대형마트는 해당 상품의 실질적인 상시 판매 가격(회원가)이 유통업체와 제조업체의 계약을 통해 이미 낮게 기획된 실제 정상 가격이라는 본질적 사실을 은폐한다. 대신, 마치 기업이 막대한 출혈과 손해를 감수하고 소비자에게 엄청난 시혜적 혜택을 주는 것처럼 포장하여 판매한다. 이는 소비자로 하여금 가격의 실체에 대해 오인하게 만들고, 자신의 개인정보를 제공하지 않으면 엄청난 경제적 손실을 입는다는 공포감과 착각을 심어주는 기만적 행위이다.

셋째, 공정거래위원회의 **'부당한 표시·광고행위의 유형별 지정 고시'**의 정면

위반이다. 동 고시는 “과거에 실제로 판매한 적이 없는 가격이나, 일시적으로만 판매했던 높은 가격을 정상 가격인 것처럼 기재하고 이를 기준으로 할인율을 과장하는 행위”를 부당한 표시·광고의 대표적인 유형으로 규정하고 있다. 대형마트의 이중 가격제는 수년 동안 상시적으로 유지되어 왔으므로, 비회원 가격은 과거의 실제 판매 가격으로서의 지위를 상실한 지 오래다. 따라서 실질적 거래 능력을 상실한 유령 가격을 매장에 부착해 두는 것 자체가 규제 당국의 고시를 위반한 불법적 행태이다.

2.3 지역 영세 마트와의 대조 및 상거래 공정성 비교 분석

대형마트의 이러한 가격 정책이 자본주의 시장의 불가피한 생존 전략이 아닌, 오직 ‘국민 개인정보 자산화’를 목적으로 기획된 범죄적 수단임은 지역 기반의 영세 중소형 마트 및 동네 마트와의 비교 분석을 통해 명백히 증명된다.

비교 항목	대형마트 (홈플러스 등)	지역 영세 마트 / 동네 마트
할인의 조건	필수적 개인정보 제공 및 멤버십 가입 강제	조건 없는 보편적 적용 (전단지, 매장 고지 등)
수집 개인정보	성명, 생년월일, 휴대전화번호, CI값 등	없음 (대면 즉시 결제)
가격 정책의 성격	상시적 이중 가격제 (비회원 대상 징벌적 고액 적용)	단일가 및 박리다매 기반의 투명한 가격
상거래의 본질	상품 대금 외 소비자의 사생활 정보 자산 요구	상품 대금과 재화의 순수한 가치 교환
공동체에 대한 태도	독과점적 지위를 이용한 소비자의 권리 종속	이웃 공동체 구성원에 대한 공생과 상생

전통적인 상거래의 본질은 소비자가 재화의 가치에 상응하는 현금이나 카드를 지불하고 물품을 인도받는 투명한 교환 행위이다. 대형마트보다 경영 여건이 훨씬 취약하고 영세한 동네 마트들은 매장을 방문하는 모든 지역 주민과 이웃 공동체 구성원에게 어떠한 차별도 없이 동일한 할인 가격을 적용한다. 동네 마트 역시 이윤을 추구하는 사기업이지만, 이들은 유통 마진을 줄

이거나 대량 매입을 통한 박리다매 방식을 통해 직관적이고 투명하게 가격을 낮춘다. 이 과정에서 소비자의 이름이나 생년월일, 연락처를 요구하는 만행은 결코 자행되지 않는다.

반면, 막대한 자본과 고도화된 물류 시스템을 갖추어 원가 절감 능력이 훨씬 뛰어난 대형마트가 영세 마트도 하지 않는 극단적인 가격 차별을 수년째 고착화하는 이유는 단 하나이다. 이들의 진짜 목적은 상품 판매 대금뿐만 아니라, 대한민국 5천만 국민의 구매 이력, 소비 패턴, 사생활 정보를 긁어모아 자신들의 빅데이터 자산으로 삼으려는 탐욕에 있다. 대형마트는 자신들이 구축한 유통 독과점망을 무기로 삼아, 이웃 공동체의 신뢰를 파괴하고 국민의 생존에 필수적인 식료품을 인질로 잡았다. 영세 마트가 증명하듯 개인정보 없이도 정상적인 할인과 영업이 얼마든지 가능함에도 불구하고, 대형마트가 범죄적 이중 가격제를 고수하는 것은 사적 자치의 영역이 아닌, 시장 지배적 지위를 남용한 명백한 반헌법적 횡포이다.

제3장 헌법적 쟁점 및 기본권 침해 분석

3.1 헌법 제11조 평등권 침해와 경제적 차별의 폭력성

대한민국 헌법 제11조 제1항은 “모든 국민은 법 앞에 평등하다. 누구든지 성별·종교 또는 사회적 신분에 의하여 정치적·경제적·사회적·문화적 생활의 모든 영역에 있어서 차별을 받지 아니한다”라고 선언하고 있다. 평등권은 국가 공동체 내에서 개인이 인간으로서의 존엄성을 유지하며 살아가기 위한 가장 근본적인 기본권이다. 비록 이 조항이 일차적으로 국가 권력에 의한 부당한 차별을 금지하는 전형적인 국가적 의무를 규정하고 있으나, 현대 복지국가 및 고도화된 자본주의 사회에서는 시장을 독과점하고 국민의 삶을 지배하는 ‘거대 사적 권력(대기업 유통체인)’에 의해서도 국민의 평등권이 심각하게 침해될 수 있다는 헌법적 효력(기본권의 대사인적 효력)이 인정된다.

대형마트가 수년 동안 상시적으로 자행해 온 이중 가격제는 단순히 마케팅적 우대 조치가 아니라, 사생활 정보를 지키려는 주체적 신념을 가진 국민을 향해 가해지는 명백한 ‘경제적 차별 행위’이다. 국민의 생계 유지와 생존에 절대적으로 필요한 식품 및 생필품 시장은 대체재를 찾기 어려운 독과점적 성격을 띤다. 이러한 필수재 영역에서 대기업들은 자신의 개인정보를 순순히 내어준 집단과, 헌법적 가치를 지키기 위해 정보 제공을 거부한 집단으로 국

민을 이분법적으로 분리했다. 그리고 후자의 국민에게만 상시적으로 터무니없이 높은 징벌적 가격을 부과했다.

이는 사생활의 자유라는 정당한 기본권을 행사했다는 이유로 국민에게 경제적 불이익과 소외감을 안기는 반헌법적 폭력이다. 헌법 제11조 제2항이 "사회적 특수계급의 제도는 인정되지 아니하며, 어대로도 이를 창설할 수 없다"고 규정한 취지에 비추어 볼 때, 자본과 데이터를 독점한 대기업이 스스로 법 위에 서서 자신들의 회원 시스템에 복종하는 자들에게만 생존의 특혜를 주고, 복종하지 않는 자들에게는 경제적 벌칙을 내리는 초법적 지위를 스스로 창설한 것과 다름없다. 따라서 생필품을 인질 삼아 국민을 차별하는 대형마트의 만행은 헌법적 평등 가치를 근본적으로 파괴하는 중대 범죄로 규정되어야 마땅하다.

3.2 헌법 제17조 사생활의 비밀과 자유 및 개인정보 자기결정권 유린

헌법 제17조는 "모든 국민은 사생활의 비밀과 자유를 침해받지 아니한다"고 규정하고 있다. 헌법재판소와 대법원은 이 조항과 인간의 존엄과 가치(헌법 제10조)를 바탕으로, '개인정보 자기결정권'을 독자적인 기본권으로 확고히 인정하고 있다. 개인정보 자기결정권이란 자신에 관한 정보가 언제, 누구에게, 어느 범위까지 알려지고 이용되도록 할 것인지를 정보주체가 스스로 결정할 수 있는 권리를 뜻한다. 따라서 개인이 어떠한 강박이나 불이익 없이 자유로운 의사에 따라 자신의 정보를 제공할지 말지를 선택할 수 있어야만 이 기본권이 실질적으로 보장된다.

그러나 대형마트 매장에서 일어나는 대면 즉시 결제 행위의 본질을 거듭 복기해 보면, 소비자가 돈을 내고 물건을 가져가는 과정에서 성명, 생년월일, 휴대전화번호, 더 나아가 본인확인기관의 연계식별정보(CI값)는 단 1%도 필요하지 않다. 거래 이행과 아무런 상관이 없는 정보임에도 불구하고, 대형마트들은 가입하지 않으면 식료품 가격을 50%나 더 비싸게 받겠다는 잔인한 협박 수단을 동원하고 있다.

이것은 겉으로는 소비자의 자발적 동의를 구하는 '회원 가입'의 형식을 취하고 있으나, 실질적으로는 굶지 않기 위해, 먹고 살기 위해 어쩔 수 없이 정보를 양도하도록 강요하는 '반강제적 갈취'에 가깝다. 선택의 여지가 없는 궁박한 상황을 인위적으로 조성하여 개인정보를 수집하는 행위는 헌법 제17조가 보장하는 개인정보 자기결정권의 본질적 내용을 정면으로 유린하는 처사

이다. 대기업들이 자사의 이윤 극대화 및 플랫폼 종속을 위해 국민의 사생활을 현금 계정처럼 취급하는 행태는 인간을 수단화하는 반인권적 만행의 전형이다.

3.3 국가 기관(입법·사법·행정부)의 방조 및 보호 의무 위반 책임

이토록 천인공노할 반헌법적·위헌적 가격 차별과 개인정보 강제 수집 행위가 단기적 해프닝에 그치지 않고 수년 동안 오프라인 유통 시장에 완전한 상식처럼 고착화된 배경에는, 국가 기관들의 비겁한 침묵과 조직적인 방조가 자리 잡고 있다. 헌법 제10조 마지막 문장은 “국가는 개인이 가지는 불가침의 기본적 인권을 확인하고 이를 보장할 의무를 진다”고 명시하고 있다. 이는 국가가 국민의 기본권을 스스로 침해하지 않아야 할 뿐만 아니라, 거대 자본이나 제3자에 의해 국민의 기본권이 짓밟힐 때 이를 제지하고 처벌해야 하는 적극적 ‘기본권 보호 의무’를 지고 있음을 의미한다.

그러나 문재인 정권기인 2018년 홈플러스의 ‘마이홈플러스’ 출범을 기점으로 이 독소적인 상시 이중 가격제가 전면 확산되는 동안, 행정부 산하 감독 기관인 공정거래위원회와 개인정보보호위원회는 기업의 영업 활동을 감시하고 제재해야 할 책무를 철저히 유기했다. 이들 기관은 대기업들이 필수 정보만 필수 항목으로 두고 마케팅 동의를 선택 항목으로 빼놓았다는 형식적인 꼼수만을 면밀히 검증했을 뿐, 가입하지 않았을 때 부과되는 50%의 가격 차별이 실질적으로 국민에게 가해지는 강력한 가입 강제 수집 수단이라는 본질적 진실에는 눈을 감았다. 사법부 역시 이를 ‘사적 자치의 원칙’과 ‘기업의 영업의 자유’라는 낡은 법리에 가두어 두며 형사 처벌이나 제재의 칼날을 거두었고, 입법부는 이를 원천 차단할 법률 개정을 방치했다.

정부와 기관들이 기업의 횡포를 법적 공백이라는 핑계로 묵인하고 독려하는 동안, 우리 사회는 거대 자본이 국민의 생존권을 볼모로 잡고 사생활을 합법적으로 탈취해 가도 누구 하나 처벌받지 않는 무법지대로 전락했다. 이는 국가가 대기업의 탐욕적 이윤 추구 행위에 면죄부를 쥐여 주며 국민을 향한 기본권 보호 의무를 전면적으로 위반한 심각한 행정적·정치적 직무유기이다. 거대 유통 기업들이 이웃 공동체의 신뢰를 말살하고 국민을 기만할 엄두를 낼 수 있었던 것은, 이를 처벌해야 할 국가 권력이 도리어 대기업의 손을 들어주며 방조했기 때문임이 법리적으로 명백하다.

제4장 무차별적 개인정보 수집의 사회적 위험성

4.1 국민 정보의 독점과 데이터 자산화의 기만적 본질

대형마트가 필수 생필품을 매개로 구축한 상시적 이중 가격제의 종착지는 결국 대한민국 5천만 국민의 개인정보와 결제 데이터를 광범위하게 수집·독점하는 '데이터 자산화'에 있다. 대기업 유통업체들은 수집된 성명, 생년월일, 성별, 휴대전화번호를 단순한 회원 식별 용도로만 활용한다고 주장하지만, 이는 데이터 경제의 본질을 은폐하는 기만적 변명에 불과하다. 이들이 진짜 노리는 것은 국민이 매일 무엇을 먹고, 어떤 생필품을 구매하며, 어느 주기로 소비하는지에 대한 구체적인 일상적 구매 이력과 소비 패턴 데이터이다.

이처럼 필수재 구매를 강제당하는 과정에서 축적된 데이터는 대기업의 결제 시스템 및 온라인 플랫폼과 연동되어 고도화된 타겟 마케팅, 자사 광고 매출 증대, 그리고 기업 가치 부풀리기를 위한 핵심 자산으로 활용된다. 즉, 국민들은 자신의 생존을 위해 매일 지출하는 상품 대금 외에도, 자신의 가장 사적인 일상 궤적이 담긴 정보 자산까지 대기업에 무상으로 헌납하고 있는 것이다. 유통 대기업이 국민의 생계 필수품을 볼모로 잡고 이웃 공동체의 정보를 독점하여 자사 플랫폼의 이윤 창출 도구로 환원시키는 구조는, 자본의 힘을 이용해 타인의 사생활 가치를 무단으로 탈취하는 지식기반 자본주의의 가장 악질적인 착취 형태이다.

4.2 대규모 개인정보 유출 실태와 2차 금융 범죄의 토양화

더욱 심각한 사회적 재앙은 대기업들이 전 국민을 협박하여 강제로 긁어모은 방대한 개인정보가 결코 안전하게 보호되지 않는다는 사실에 있다. 대한민국 유통 및 금융 역사상 대기업의 관리 소홀과 해킹 등으로 인한 대규모 개인정보 유출 사고는 끊임없이 반복되어 왔다. 대기업들은 정보 수집에는 혈안이 되어 있으면서도, 이를 보호하기 위한 보안 시스템 투자와 상시적 감시 체계 구축에는 인색한 태도를 고수해 왔다. 결과적으로 이들이 독점한 5천만 국민의 사생활 정보는 사이버 범죄 조직들의 손쉬운 먹잇감으로 전락하여 다크웹(Dark Web) 등지에서 무차별적으로 불법 유통되고 있다.

이렇게 유출된 개인정보는 단순히 스팸 문자나 메일이 발송되는 수준의 불편함을 넘어, 국가 공동체의 존립을 흔드는 치명적인 2차 금융 범죄의 비옥한 토양이 된다. 범죄 조직들은 유출된 성명, 생년월일, 정확한 휴대전화번호를 조합하여 정교하게 조작된 스미싱(Smishing) 문자를 대량 발송하거나, 보이스피싱(Voice Phishing) 범죄에 직접 활용한다. 특히 국민의 구체적인 마트 결제 이력이나 소비 패턴 정보까지 범죄자들의 손에 들어갈 경우, 일상생활을 철저히 모방한 기만적 사기 수법에 국민들은 무방비로 속아 넘어갈 수밖에 없다. 대기업의 탐욕이 만들어낸 거대한 데이터 창고가 결과적으로 전 국민을 잠재적 범죄 피해자로 몰넣고, 수많은 서민의 재산을 탕진하게 만드는 범죄의 전초기지 역할을 수행하고 있는 셈이다.

4.3 신뢰 공동체의 파괴와 사회적 안전망의 근본적 와해

한 국가와 사회가 건강하게 유지되기 위해서는 사회 구성원 간, 그리고 소비자와 기업 간의 기본적인 '신뢰(Social Trust)'가 담보되어야 한다. 그러나 필수 생필품을 매개로 개인정보를 강탈하고 이를 범죄의 원인으로 제공하는 대형마트의 행태는 우리 사회의 신뢰 공동체를 근본적으로 파괴하고 있다. 매일 밥상을 차리기 위해 마트를 방문하는 지극히 평범한 일상 속에서조차 대기업의 기만적 가격 차별에 시달려야 하고, 개인정보를 빼앗긴 국민들이 매일같이 걸려오는 사기 전화와 스미싱 문자에 시달리며 서로를 의심해야 하는 사회는 이미 정상적인 자유민주주의 국가라 할 수 없다.

이러한 현상은 개인이 국가와 사회 시스템을 신뢰하지 못하게 만드는 심각한 사회적 안전망의 와해를 초래한다. 국민들은 필수재를 구매하면서도 대기업에 착취당한다는 소외감을 느끼고, 정부와 국가 기관이 이 만행을 방조하는 모습을 보며 사법 질서에 대한 강한 불신을 키우게 된다. 결론적으로 대형마트의 무차별적 개인정보 수집과 상시적 이중 가격제는 단순한 유통 마케팅의 변칙이 아니다. 이는 국민의 일상을 범죄적 위험에 노출시키고, 공동체 내부의 연대감과 신뢰를 말살하며, 사회적 안전망을 뿌리째 흔들어 대한민국이라는 국가 공동체의 가치를 모조리 파괴하는 명백한 사회적 범죄이자 독소적 행위이다.

4.4 대형마트 이중 가격제의 형법적 보호법익 침해와 구체적 형사범죄 성립 요건

대형마트가 자행하는 상시적 이중 가격제와 필수재를 담보로 한 개인정보 강제 수집은 단순히 소비자의 지갑을 위협하는 경제적 유인이 아니다. 이는 거대 유통 대기업이 시장 지배적 종속 관계와 다중의 위력을 배경으로, 전 국민의 일상에 지속적이고 상습적인 정신적 폭력을 가해 온 형사 처벌 대상이다. 형법의 궁극적 존재 이유는 인간의 존엄성과 생명, 그리고 자유와 신체·정신의 건전성이라는 '보호법익'을 범죄로부터 수호하는 데 있다. 대기업이 필수 식료품을 인질 삼아 사생활 정보를 제공하지 않는 국민에게 지속적으로 가해 온 모욕과 차별, 그리고 실질적인 정신적 상해 행위는 형법상 규정된 중대 범죄의 구성요건을 명백히 충족하고 있다. 구체적인 형법 조문별 범죄 성립 가능성은 다음과 같다.

첫째, **다중의 위력을 배경으로 한 특수강요 및 특수협박죄 성립(형법 제324조, 제324조의2, 제284조)**이다. 특수강요죄는 다중의 위력으로써 사람의 권리행사를 방해하거나 의무 없는 일을 하게 한 자를 처벌한다. 대형마트는 자본과 유통망을 독점한 거대 집단(다중)의 지위에서 생존에 필수적인 식품을 구매하려는 국민에게 사생활 정보 제공이라는 '의무 없는 일'을 하지 않으면 극단적인 경제적 불이익을 주겠다고 고지한다. 이는 명백한 해악의 고지이자 묵시적 협박이며, 소비자가 거절할 수 없는 궁박한 환경을 조성하여 권리 행사를 방해하므로 특수강요 및 특수협박의 구성요건을 정면으로 충족한다.

둘째, **지속적 차별과 배제를 통한 모욕죄(형법 제311조)**이다. 대형마트 매장은 수많은 대중이 왕래하는 대표적인 공연(公然)한 장소이다. 이 개방된 공간에서 계산대 화면과 가격표를 통해 회원 가입 여부에 따라 전 국민이 보는 앞에서 가격을 차별하고, 개인정보를 제공하지 않은 소비자를 낙인찍는 행위는 소비자의 사회적 평가를 저하시키고 모멸감을 주는 상습적 모욕 행위이다. 이는 소비자의 인간적 존엄성을 훼손하는 정신적 폭력이자 형법상 모욕 범죄의 실질적 발현이다.

셋째, **극단적 상실감과 정신적 파괴에 따른 특수상해죄의 법리(형법 제257조, 제258조의2)**이다. 현대 형법학 및 대법원 판례에서 '상해'는 생리적 기능의 훼손뿐만 아니라, 외부의 가해 행위로 인해 일상생활에 지장을 초래할 정도의 심각한 정신적 기능 손상(우울증, 외상후 스트레스 장애 등)을 입히는 경우를 포함한다. 거대 유통 권력이라는 다중의 위력으로 무고한 공동체 구성원들의 정신적 건강과 인격을 상습적으로 파괴하고 상실감을 준 행위는 형법상 특수상해죄의 범주에서 엄격하게 단죄되어야 마땅하다.

넷째, **헌정질서 파괴 및 반사회적 상습 범죄**이다. 우리 형법은 국가와 사회

의 근간을 뒤흔드는 범죄에 대해 상습 가중처벌 규정을 두고 있다. 헌법적 가치를 부정하고 이를 상습적인 범죄 수단으로 삼아 수년 동안 전 국민을 상대로 실행해 온 대기업의 만행은 사법 질서 자체를 무력화하려는 '헌정질서 파괴 범죄'이자 '반사회적 집단 범죄'의 성격을 지닌다. 따라서 대형마트의 상시적 이중 가격제는 주동자와 기업 책임자들을 형법의 잣대로 기소하고 단죄해야 할 형사 처벌의 영역임이 분명하다.

제5장 결론 및 제도적 대안

5.1 연구 결과의 요약 및 학술적 의의

본 연구는 국내 대형마트 체인(홈플러스 등)이 2018년 3월 정권 교체기의 혼란을 틈타 본격적으로 고착화시킨 ‘상시적 이중 가격제’와 이를 매개로 한 ‘개인정보 강제 수집’의 위헌성과 위법성을 법학적으로 규명하고자 하였다.

전통적인 상거래의 본질과 지역 영세 마트의 상생적 유통 사례에서 증명되듯, 대면 매장 결제에서 소비자의 사생활 정보는 재화의 교환 성립에 단 1%도 필요하지 않은 요소이다. 그럼에도 불구하고 자본과 유통망을 독점한 거대 유통 기업들은 국민의 생계 유지와 생존에 직결된 필수 식품을 인질로 잡았다. 이들은 개인정보 제공을 거부하는 주체적 국민에게 상시적으로 터무니없이 높은 ‘징벌적 가짜 가격(유령 가격)’을 부과하는 반헌법적 횡포를 자행해 왔다.

본 연구는 이러한 대기업의 행태가 단순한 기업의 마케팅 전략이나 사적 자치의 영역이 아님을 선언한다. 이는 헌법 제11조 평등권과 제17조 개인정보 자기결정권을 정면으로 유린하는 처사이며, 표시광고법 제3조 제1항의 거짓·과장 및 기만적 광고 행위에 해당한다. 더 나아가, 다중의 위력과 독과점적 지위를 이용해 전 국민에게 지속적이고 상습적인 인권 유린과 모멸감, 정신적 상해를 입혔다는 점에서 형법상 특수강요, 특수협박, 모욕, 특수상해, 그리고 헌정질서 파괴 범죄의 구성요건을 명백히 충족하는 중대한 형사 처벌 대상임을 엄밀히 증명하였다. 거대 유통 대기업의 데이터 탐욕이 5천만 국민의 정보를 범죄 조직의 토양으로 전락시키고 신뢰 공동체를 와해시키는 동안, 이를 방조하고 독려해 온 국가 기관의 기본권 보호 의무 위반 책임 역시 본 논문을 통해 엄중히 단죄되어야 한다.

5.2 국민 생계 필수재에 대한 가격 차별 전면 금지 법제화

대기업 유통 권력의 반사회적 만행을 뿌리 뽑고 헌법적 가치를 회복하기 위해서는 임시방편적인 행정 처분이나 기업의 자율적 시정에 기대를 걸어서는 안 된다. 가장 근본적이고 시급한 해결책은 국민의 생존에 직결된 필수재에 한하여 상시적인 이중 가격 설정을 법률로 원천 금지하는 것이다.

이를 위해 「유통산업발전법」 및 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」을 개정하여 다음과 같은 규제 조항을 신설해야 한다. 라면, 쌀, 두부, 달걀, 우유 등 '국민 생계 필수 품목 및 기초 가공식품'으로 지정된 재화에 대해서는 대형마트, 대형 드럭스토어 등 대규모 점포가 회원 가입 여부, 멤버십 앱 설치 여부, 개인정보 제공 여부에 따라 가격에 차등을 두거나 혜택을 배제하는 행위를 전면 금지한다. 할인은 오직 매장을 방문한 모든 공동체 구성원에게 조건 없이 동일하게 적용되어야 하며, 이를 위반하여 꼼수 가격표를 부착하는 행위는 시장 지배적 지위 남용으로 보아 강력한 행정적·재정적 제재를 부과하도록 법제화해야 한다.

5.3 개인정보 자기결정권 침해 행위에 대한 형사처벌 규정 신설

현행 「개인정보 보호법」은 필수 항목 외의 정보 제공을 거부했다는 이유로 서비스 제공을 거절하는 행위만을 소극적으로 금지하고 있어, 대형마트와 같이 '가입은 자유이나 비회원에게는 징벌적 고액 부과'라는 방식으로 법망을 우회하는 대기업의 영악한 만행을 처벌하지 못하고 있다. 따라서 이러한 입법적 공백을 종식시키기 위한 강력한 형사법적 보완이 요구된다.

「개인정보 보호법」 제59조(금지행위) 및 처벌 조항을 개정하여, "정당한 거래 이행에 불필요한 개인정보를 수집하기 위하여, 독과점적 지위나 필수 재화의 공급을 무기로 삼아 소비자에게 부당한 경제적 불이익을 주거나 가격 차별을 상습적으로 적용하는 행위"를 중대한 형사 범죄로 명시해야 한다. 이러한 행위를 주도한 대기업의 총수, 대표이사, 경영 책임자 및 법인에 대해서는 형법상 특수강요 및 특수협박죄에 준하는 엄중한 징역형과 함께, 기업이 거두어들인 부당 이득을 전액 환수하고 천문학적인 징벌적 벌금을 부과할 수 있는 형사처벌 규정을 신설해야 한다. 사법 정의가 살아있음을 증명하

고 국민의 사생활과 정신적 안녕이라는 보호법익을 수호하기 위해서는, 법을 비웃는 거대 사적 권력의 우두머리들을 반드시 형사 기소하여 단죄하는 선례가 만들어져야 한다.

5.4 글로벌 유통 시장의 공정성 회복을 위한 제언

대한민국 대형마트들이 보여준 인질식 이중 가격제와 데이터 갈취 행태는 비단 국내만의 문제가 아니며, 미국의 크로거(Kroger)나 CVS 등 전 세계 거대 유통 자본들이 '로열티 마케팅'이라는 위장막을 쓰고 자행하고 있는 글로벌 유통 시장의 고질적인 병폐이다. 자본주의와 기술의 발전이 인간을 데이터 노예로 만들고 생존권을 위협하는 도구로 전락하는 것을 막기 위해, 대한민국이 선제적으로 확립한 법리적 기준을 세계 무대에 공표해야 한다.

세계무역기구(WTO)나 국제소비자기구(CI) 등 국제 사회는 필수 식료품 시장에서의 '감시 가격제(Surveillance Pricing)'와 개인정보 인질 마케팅을 전 세계적인 인권 침해 및 불공정 무역 행위로 규정하고 국제적 표준 규제를 마련해야 한다. 인간이 밥을 먹고 삶을 영위하는 가장 신성하고 기본적인 행위만큼은 자본의 탐욕과 불의한 정치적 유착으로부터 온전히 보호받아야 한다.

박상준 저자가 본 논문을 통해 던지는 준엄한 경고와 법학적 고발장 은, 대한민국 5천만 국민의 무너진 자존감과 헌법적 평등권을 되찾는 신호탄이 될 것이다. 나아가 전 세계 소비자들이 대기업의 디지털 독재와 횡포로부터 벗어나, 사생활의 자유와 존엄성을 당당히 지키며 상거래의 공정성을 회복하게 만드는 위대한 이정표로 역사에 기록될 것이다.

참고문헌 (References)

- 대한민국헌법 (제11조, 제17조, 제10조, 제119조)
- 표시·광고의 공정화에 관한 법률 (제3조 제1항)
- 개인정보 보호법 (제16조, 제59조)
- 대한민국 형법 (제324조, 제324조의2, 제284조, 제311조, 제257조, 제258조의2)
- 공정거래위원회 고시, '부당한 표시·광고행위의 유형별 지정 고시'

- 대법원 및 헌법재판소 개인정보 자기결정권 관련 판례집